

LAMPIRAN 1

KUISIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden

Isilah data identitas Bpk/Ibu/Sdr/Sdri. Lingkari pada pilihan yang sesuai dengan jawaban Bpk/Ibu/Sdr/Sdri.

1. Usia Tahun
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Pekerjaan
 - a. Mahasiswa
 - b. Wiraswasta
 - c. Karyawan Swasta
 - d. PNS
4. Pendapatan
 - a. $\leq 1.000.000$
 - b. $1.000.100 - 2.000.000$
 - c. $2.000.100 - 3.000.000$
 - d. $\geq 3.000.100$
5. Berapa lama anda menjadi nasabah BSM Tanjungpandan :
 - a. < 2 tahun
 - b. $> 2 - 3$ tahun
 - c. > 4 tahun
 - d. > 5 tahun
6. Selain BSM KCP Tanjungpandan, apakah anda memiliki produk/rekening di bank lain?
 - a. Ya
 - b. Tidak
7. Jika “Ya”, produk/rekening bank apa yang anda gunakan?
 - a. Bank Konvensional

b. Bank Syariah

8. Berapa kali anda melakukan transaksi di BSM selama 1 bulan ?

.....

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon dengan hormat, bantuan, dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.
2. Berilah tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban dibawah ini sesuai dengan kenyataan anda, dengan ketentuan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

C. Butir Pertanyaan

1. Dimensi *Understanding Customer Expectation* (Memahami Harapan Pelanggan)

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Karyawan BSM Tanjungpandan, selalu bersikap ramah dan sopan sesuai harapan saya				
2.	Karyawan BSM memberikan respon yang baik dan cepat terhadap kebutuhan saya sesuai dengan harapan				
3.	BSM Tanjungpandan memberikan jaminan keamanan atas uang tabungan sudah sesuai dengan harapan saya				

2. Dimensi *Building Service Partnership* (Membangun Kerjasama Dalam Pelayanan)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
-----	------------	----	---	----	-----

1.	Karyawan BSM Tanjungpandan meminta nasabah untuk memberikan sarannya pada kotak saran yang di sediakan				
2.	BSM Tanjungpandan selalu mempertimbangkan masukan dari pelanggan untuk meningkatkan aspek kualitas				
3.	BSM Tanjungpandan meminta nasabah untuk selalu mengevaluasi kualitas produknya				

3. Dimensi *Total Quality Management* (Manajemen berkualitas yang total)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	BSM KCP Tanjungpandan memberikan pelatihan bagi karyawannya dalam meningkatkan mutu				
2.	BSM KCP Tanjungpandan memberikan jaminan kualitas pelayanan				
3.	BSM KCP Tanjungpandan menyediakan karyawan yang menguasai tugas-tugasnya dengan baik dan percaya diri				

4. Dimensi *Empowering Employees* (Pemberdaya Karyawan)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Karyawan BSM KCP Tanjungpandan bersedia secara terbuka mendiskusikan solusi ketika terjadi masalah terkait dengan jasa perbankan				

2.	BSM KCP dengan segera menyelesaikan konflik yang timbul sebelum hal tersebut menimbulkan masalah				
3.	BSM Tanjungpandan menyediakan suasana kerja yang baik bagi karyawan (misalnya : penataan interior terlihat rapi, hubungan antar karyawan terlihat cukup harmonis)				

4. Kepuasan Konsumen

No.	Keterangan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya merasa puas terhadap fasilitas parkir yang di sediakan BSM Tanjungpandan				
2.	Saya selalu menggunakan jasa BSM KCP Tanjungpandan karena merasa puas dengan pelayanan yang di berikan				
3.	Saya merasa puas dengan performa dan kinerja BSM KCP Tanjungpandan				

4. Loyalitas Konsumen

No.	Keterangan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya menggunakan produk lain yang di tawarkan BSM KCP Tanjungpandan selain produk tabungan seperti kartu kredit, layanan				
2.	Saya melakukan layanan di BSM KCP Tanjungpandan secara terus menerus				
3.	Saya menyarankan kepada teman, kerabat maupun saudara untuk menjadi nasabah di BSM KCP Tanjungpandan				

4.	Saya merasa nyaman atas pelayanan dan produk BSM KCP Tanjungpandan sehingga saya tidak akan terpengaruh dengan tawaran produk sejenis dari bank lain				
----	--	--	--	--	--

Lampiran 2

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20-30 Tahun	37	36.3	36.3	36.3
31-40 Tahun	34	33.3	33.3	69.6
Valid 41-50 Tahun	18	17.6	17.6	87.3
> 50 Tahun	13	12.7	12.7	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	34	33.3	33.3	33.3
Valid Perempuan	68	66.7	66.7	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Mahasiswa	1	1.0	1.0	1.0
Valid Wiraswasta	12	11.8	11.8	12.7
Karyawan Swasta	63	61.8	61.8	74.5

PNS	26	25.5	25.5	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 1.000.000	9	8.8	8.8	8.8
1.000.000 - 2.000.000	10	9.8	9.8	18.6
Valid 2.000.000 - 3.000.000	30	29.4	29.4	48.0
> 3.000.000	53	52.0	52.0	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Lama Menjadi Nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 2 Tahun	27	26.5	26.5	26.5
2 - 3 Tahun	30	29.4	29.4	55.9
Valid 4 - 5 Tahun	29	28.4	28.4	84.3
> 5 Tahun	16	15.7	15.7	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Memiliki Rekening Bank Lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ya	72	70.6	70.6	70.6
Valid Tidak	30	29.4	29.4	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Rekening Bank

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ya	74	72.5	72.5	72.5
Valid Tidak	28	27.5	27.5	100.0
Total	102	100.0	100.0	

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA (LOYALITAS)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895 ^a	.801	.791	1.060

a. Predictors: (Constant), KepuasanKonsumen, Building Service Partnership, Total Quality Management, Understanding Customer Expectation, Empowering Employees

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	434.318	5	86.864	77.377	.000 ^b
	Residual	107.770	96	1.123		
	Total	542.088	101			

a. Dependent Variable: LoyalitasKonsumen

b. Predictors: (Constant), KepuasanKonsumen, Building Service Partnership, Total Quality Management, Understanding Customer Expectation, Empowering Employees

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.478	.570		2.591	.011
Understanding Customer Expectation	.233	.108	.199	2.147	.034
Building Service Partnership	.177	.085	.155	2.075	.041
Total Quality Management	.248	.099	.207	2.501	.014
Empowering Employees	.257	.126	.214	2.033	.045
KepuasanKonsumen	.255	.125	.215	2.045	.044

a. Dependent Variable: LoyalitasKonsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.850	.624		4.564	.000
1 KepuasanKonsumen	.998	.064	.842	15.580	.000

a. Dependent Variable: LoyalitasKonsumen

PERHITUNGAN PATH ANALISIS

Variabel	Pengaruh Langsung (X->Y)	Pengaruh Langsung (X->Z)	Nilai Pengaruh Kepuasan ke Loyalitas	PengaruhTidakLangsung (X KE Y MELALUI Z)
Understanding Customer Expectation	0.199	0.260	0,842	0.21892
Building Service Partnership	0.155	0.200		0.1684
Total Quality Management	0.207	0.168		0.141456
Empowering Employees	0.214	0.361		0.303962

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.03297219
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.087
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		1.021
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.248

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

UJI LINIERITAS

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.095 ^a	.001	.087	1.060

a. Predictors: (Constant), KepuasanKonsumen, Building Service Partnership, Total Quality Management, Understanding Customer Expectation, Empowering Employees

UJI HETEROKEDASTIITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,435	5,929		-,579	,564
	Understanding Customer Expectation	-1,615	1,126	-,284	-1,434	,155
	Building Service Partnership	,443	,887	,082	,499	,619

Total Quality Management	Empowering Employees	Kepuasan Konsumen	-.231	1,031	-.041	-.224	.824
			.196	1,314	.034	.149	.882
			1,779	1,295	.316	1,374	.173

a. Dependent Variable: **ABS_RES**

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	1.478	.570		2.591	.011		
Understanding Customer Expectation	.233	.108	.199	2.147	.034	.254	3.935
Building Service Partnership	.177	.085	.155	2.075	.041	.369	2.708
¹ Total Quality Management	.248	.099	.207	2.501	.014	.303	3.298
Empowering Employees	.257	.126	.214	2.033	.045	.188	5.325
Kepuasan Konsumen	.255	.125	.215	2.045	.044	.188	5.321

a. Dependent Variable: **Loyalitas Konsumen**

LAMPIRAN III

X1

Correlations

		UCE1	UCE2	UCE3	X1
	Pearson Correlation	1	.566**	.520**	.837**
UCE1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102
	Pearson Correlation	.566**	1	.469**	.815**
UCE2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102
	Pearson Correlation	.520**	.469**	1	.819**
UCE3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102
	Pearson Correlation	.837**	.815**	.819**	1
X1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	3

X2

Correlations

		BSP1	BSP2	BSP3	X2
	Pearson Correlation	1	.481**	.704**	.874**
BSP1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102
	Pearson Correlation	.481**	1	.508**	.743**
BSP2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102
	Pearson Correlation	.704**	.508**	1	.904**
BSP3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000

	N	102	102	102	102
	Pearson Correlation	.874**	.743**	.904**	1
X2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	3

X3

Correlations

	TQM1	TQM2	TQM3	X3
Pearson Correlation	1	.497**	.292**	.784**
TQM1 Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000
N	102	102	102	102
Pearson Correlation	.497**	1	.405**	.812**
TQM2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
N	102	102	102	102
Pearson Correlation	.292**	.405**	1	.725**
TQM3 Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000
N	102	102	102	102
Pearson Correlation	.784**	.812**	.725**	1
X3 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.663	3

X4

Correlations

		EE1	EE2	EE3	X4
EE1	Pearson Correlation	1	.590**	.468**	.823**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102
EE2	Pearson Correlation	.590**	1	.569**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102
EE3	Pearson Correlation	.468**	.569**	1	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102
X4	Pearson Correlation	.823**	.856**	.821**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	3

Z

Correlations

		K1	K2	K3	M
K1	Pearson Correlation	1	.478**	.450**	.821**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102
K2	Pearson Correlation	.478**	1	.747**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102
K3	Pearson Correlation	.450**	.747**	1	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102
M	Pearson Correlation	.821**	.847**	.842**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	3

Y

Correlations

		LK1	LK2	LK3	LK4	Y
LK1	Pearson Correlation	1	.280**	.391**	.189	.635**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.058	.000
	N	102	102	102	101	102
LK2	Pearson Correlation	.280**	1	.439**	.394**	.724**

	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000	.000
	N	102	102	102	101	102
	Pearson Correlation	.391**	.439**	1	.435**	.746**
LK3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	102	102	102	101	102
	Pearson Correlation	.189	.394**	.435**	1	.736**
LK4	Sig. (2-tailed)	.058	.000	.000		.000
	N	101	101	101	101	101
	Pearson Correlation	.635**	.724**	.746**	.736**	1
Y	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	101	102

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.675	4